MÉDIATEUR SNCF

RAPPORT ANNUEL 2012



ÉCOUTE

INDÉPENDANCE

IMPARTIALITÉ

RESPECT DU CONTRADICTOIRE

ÉQUITÉ

TRANSPARENCE

GRATUITÉ

SOMMAIRE :

1 ÉDITORIAL DU MÉDIATEUR



L'activité de la médiation SNCF s'est à nouveau développée en 2012. Le nombre de réclamations que j'ai reçues a augmenté d'un quart par rapport à 2011. Cette évolution résulte des efforts poursuivis pour faire connaître le médiateur et faciliter sa saisine. Depuis la fin de 2011, en effet, je peux être saisi par internet et non plus seulement par courrier. Cette innovation a produit son plein effet en 2012 : près du tiers des dossiers me sont parvenus par cette voie.

La médiation offre aux usagers de la SNCF la possibilité d'un deuxième examen de leurs réclamations. La procédure est gratuite et confidentielle. Elle évite des recours en justice, longs et onéreux. Mon objectif premier est d'aboutir à une décision équitable. C'est pourquoi mes avis se fondent sur une enquête approfondie et une appréciation impartiale des circonstances propres à chaque affaire.

Plus de la moitié des avis que j'ai rendus en 2012 donnent satisfaction au voyageur, totalement ou partiellement. Avec mon équipe, nous avons pu réduire sensiblement le délai de réponse aux voyageurs qui me saisissent : il aura été nettement inférieur aux deux mois prévus par le protocole de médiation.

L'année 2012 a été également marquée par deux événements : le référencement de la médiation SNCF par la Commission de la médiation de la consommation et la signature d'un nouveau protocole de médiation entre le Président de la SNCF et les associations nationales agréées de consommateurs. Le référencement confirme que la médiation SNCF se conforme aux exigences requises d'indépendance et de qualité de service ; la modification du protocole répond quant à elle à des recommandations de la Commission et à des demandes des associations.

Pour éclairer les voyageurs de la SNCF sur la démarche qui est la mienne, le rapport donne, comme les années précédentes, des exemples d'avis que j'ai rendus en 2012 sur des dossiers caractéristiques. Il m'a paru utile d'y adjoindre quelques recommandations pour éviter aux voyageurs de se trouver en difficulté. Il s'agit principalement de précautions à prendre lors de l'achat, de l'échange ou de l'annulation de billets.

Enfin, comme le protocole de médiation et la SNCF m'y invitent, je m'attache à tirer les enseignements de mon activité en présentant des propositions susceptibles d'améliorer les relations de l'entreprise avec ses clients et de prévenir certains litiges.

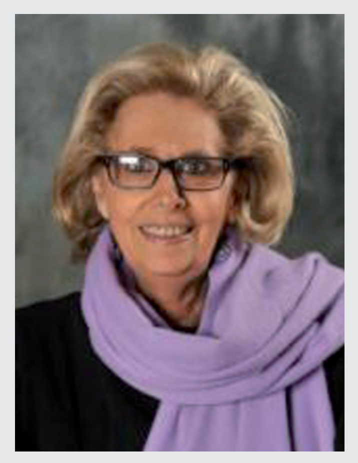
En 2012, la médiation SNCF aura donc réalisé de nouveaux progrès au service des voyageurs. Le Président de la SNCF avec l'accord des associations de consommateurs, m'a renouvelé sa confiance pour un mandat de trois ans. Les clients de l'entreprise peuvent être assurés que fort de cette confiance, je continuerai à exercer ma mission avec la même impartialité et le même souci d'équité qui m'ont toujours guidé.

Bernard Cieutat
Médiateur SNCF

2 LES FAITS MARQUANTS DE L'ANNÉE 2012

RÉFÉRENCEMENT AUPRÈS DE LA COMMISSION DE LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION

Le 9 mars 2012, la Commission de la Médiation de la Consommation, après analyse du dispositif de médiation mis en place par SNCF, a constaté que la médiation SNCF répondait aux critères de sa charte des bonnes pratiques. Elle l'a donc « référencée », ce qui équivaut à un label de qualité.



Elyane ZARINE
Présidente
Commission de la Médiation de la Consommation

La Commission de la Médiation de la Consommation (CMC) a été créée par la loi du 1er juillet 2010. Le ministre chargé de la consommation avait dans le décret du 18 octobre 2010 modifié le code de la consommation et le 20 octobre 2010, annoncé à la presse que « la commission était chargée d'élaborer avant juillet 2011 une charte des bonnes pratiques de la commission et d'évaluer la qualité des médiations ».

La charte a été présentée lors du colloque du 27 septembre 2011 et à ce jour, 12 médiateurs ont été référencés par la Commission et figurent sur son site. Le service médiation de la SNCF en fait partie démontrant le respect des critères énoncés dans la charte dont la gratuité, l'indépendance et l'impartialité.

REFONTE DU PROTOCOLE DE MÉDIATION SNCF

Pour tenir compte de ces recommandations et des demandes des associations souhaitant une meilleure information des voyageurs, un nouveau protocole de médiation a été signé le 16 novembre 2012 par le Président de SNCF, Monsieur Guillaume Pepy, et quinze associations nationales de consommateurs.

Ce nouveau Protocole est entré en vigueur le 1er janvier 2013 (en annexe).

MÉDIATEUR TOURISME ET VOYAGE : RÉPARTITION DE COMPÉTENCES

Instaurée le 1er janvier 2012, la Médiation Tourisme et Voyage a pour but de favoriser le règlement amiable des litiges qui peuvent survenir entre les clients et les fournisseurs de services de transport aérien, voyage et tourisme, signataires de la Charte de la Médiation Tourisme et Voyage, et représentés par leurs associations.

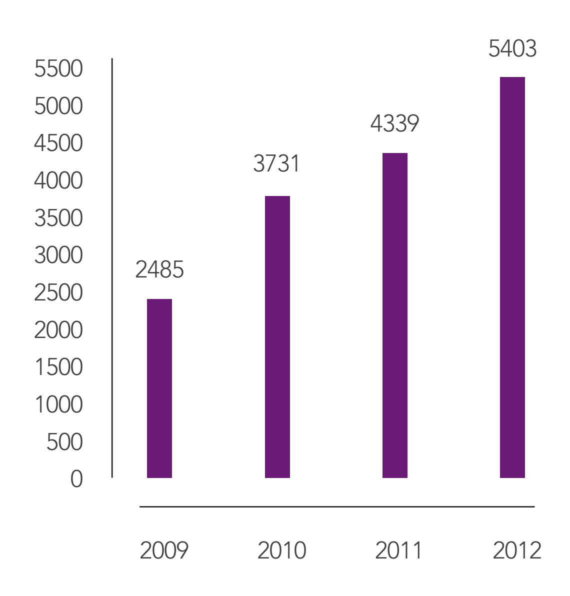
Un protocole de répartition des compétences entre le Médiateur SNCF et le Médiateur Tourisme et Voyage a été signé le 25 janvier 2013 par les deux Médiateurs.

3 L'ANNÉE 2012 EN CHIFFRES

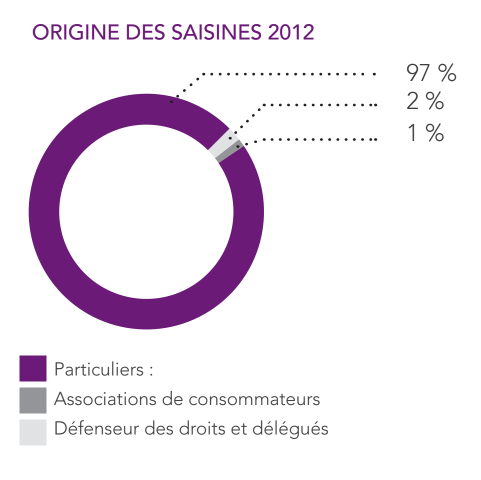
AUGMENTATION DE 25 % DU NOMBRE DE SAISINES

Cette année a été marquée par une augmentation de près de 25% du nombre de réclamations adressées au Médiateur SNCF.

La tendance à la hausse, fortement marquée les années précédentes, s'est amplifiée du fait de la possibilité offerte aux clients, depuis octobre 2011, de saisir en ligne le Médiateur SNCF. Ainsi, en 2012, 1726 demandes de médiation, soit 32%, sont parvenues par le portail sncf.com.



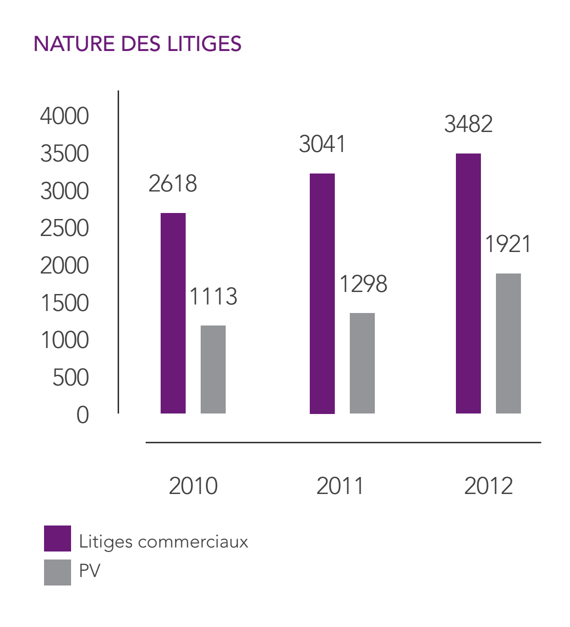
Les demandes adressées directement par les voyageurs au Médiateur SNCF représentent 97 % des saisines, les 3 % restants étant transmis par les associations de consommateurs et le Défenseur des droits ou ses délégués.



LA NATURE DES LITIGES EXAMINÉS PAR LE MÉDIATEUR

La nature des demandes a évolué en 2012. En effet, les réclamations relatives aux infractions à la police des chemins de fer - procès-verbaux - sont passées de 30 à 36 % entre 2011 et 2012, la part des litiges commerciaux s'établissant à 64% en 2012 contre 70 % en 2011.

Pour les saisines en ligne, ces chiffres diffèrent quelque peu. En effet, 68 % des demandes en ligne ont trait à des problématiques commerciales et 32 % à des infractions à la police des chemins de fer.



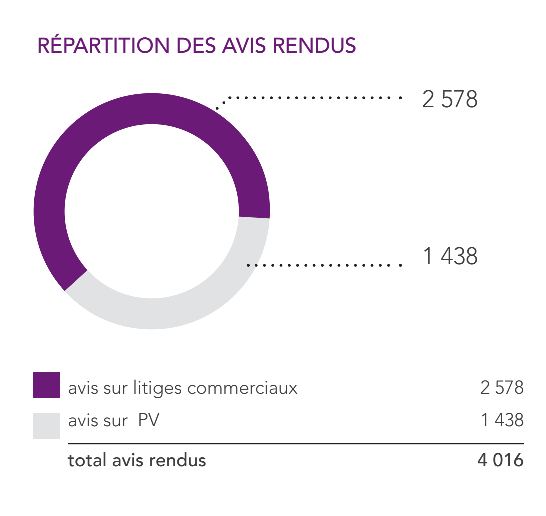
LE TRAITEMENT DES RÉCLAMATIONS PAR LE MÉDIATEUR

En 2012, le Médiateur a donné son avis sur 74% des réclamations dont il a été saisi, soit 4016 dossiers.

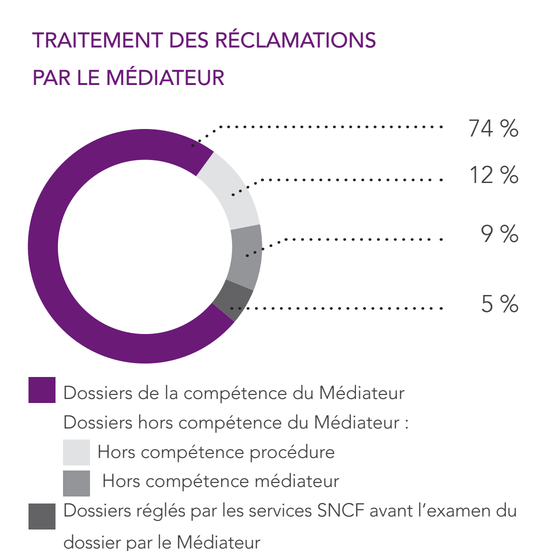
Pour 5 % des réclamations, le Médiateur a constaté, après avoir été saisi, que le client avait, entre-temps, obtenu satisfaction auprès des services SNCF. En 2011, les dossiers de ce type représentaient 9 % des réclamations.

Dans 21 % des cas, le Médiateur n'a pas été en mesure de donner son avis :

- soit parce que les dossiers n'avaient pas été transmis préalablement aux services compétents de la SNCF (réclamations dites « hors procédure » : 12 % des cas),
- soit parce qu'ils étaient hors de son champ d'intervention : accidents de personne, usurpations d'identité, activités de SNCF en tant qu'agence de voyages, affaires faisant l'objet d'une procédure judiciaire… (9 % des cas).



avis sur litiges commerciaux	2 578
avis sur PV	1 438
total avis rendus	**4 016**

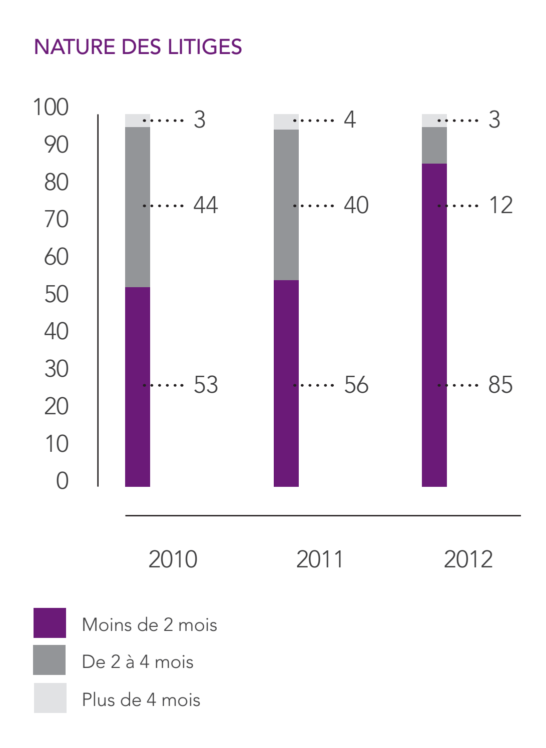


Il est néanmoins à noter que le nombre de dossiers hors procédure est sensiblement plus faible pour les saisines sur internet (5%) car l'accompagnement du client lors du dépôt de la réclamation sur le site permet d'éviter d'envoyer une demande non recevable.

RÉDUCTION SENSIBLE DES DÉLAIS DE TRAITEMENT DES DOSSIERS

En 2012, le délai moyen de traitement des dossiers est de 41 jours. Il a donc diminué de façon notable en dépit de l'augmentation sensible du nombre de dossiers.
Pour mémoire, il était de 58 jours en 2011.
Ainsi, 85 % des clients ont reçu un avis en moins de 2 mois, 12 % en moins de 4 mois et 3 % en plus de 4 mois (dossiers nécessitant une enquête plus longue).

NATURE DES LITIGES



DÉLAIS MOYEN DE TRAITEMENT

2010 : 59 jours
2011 : 58 jours
2012 : 41 jours

LES AVIS DU MÉDIATEUR : PLUS D'UN CLIENT SUR DEUX OBTIENT SATISFACTION

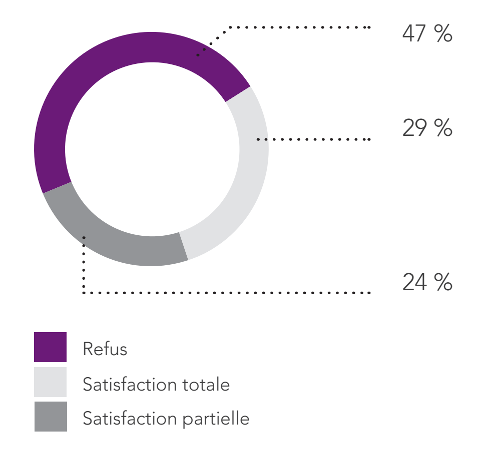
NATURE DES AVIS PAR TYPE DE LITIGES :

	Satisfaction totale	Satisfaction partielle	Refus
Réclamations commerciales	31%	15%	54%
Procès-verbaux	24%	41%	35%

En 2012, les préconisations du Médiateur ont été favorables ou partiellement favorables au client dans 53 % des cas, contre 50 % en 2011.

Dans 29 % des cas, le client a obtenu entièrement satisfaction.

AVIS RENDUS PAR LE MÉDIATEUR



LES CONTESTATIONS D'AVIS DU MÉDIATEUR

Les avis du Médiateur ne sont pas susceptibles d'être contestés, sauf si le client ou le contrevenant apporte, après l'avis rendu, de nouvelles pièces au dossier. Dans ce cas, le Médiateur peut revoir son avis. C'est ainsi qu'en 2012, 433 réclamants ont voulu revenir sur un avis rendu : à la lumière des indications et pièces complémentaires fournies, le Médiateur a fait droit à la demande du client dans 15 % des cas réexaminés.

Bien entendu, le réclamant, s'il ne se satisfait pas de l'avis du Médiateur, conserve la possibilité de saisir toute juridiction compétente pour y faire valoir son droit.

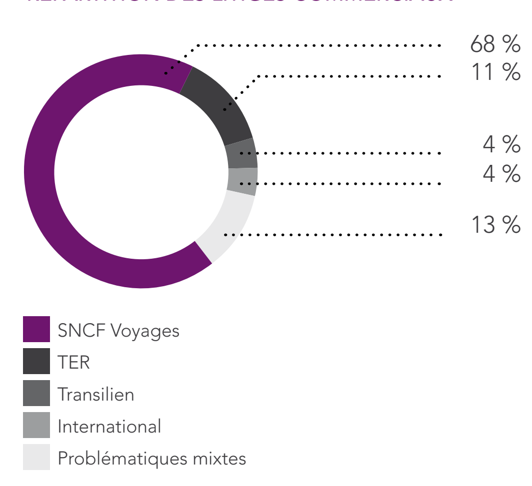
4 LES RÉCLAMATIONS COMMERCIALES

Sur les 3482 saisines du Médiateur SNCF relatives à des litiges commerciaux, 68 % ont concerné SNCF Voyages, 11% TER, 4 % Transilien, 4 % l'international et enfin 13 % des problématiques mixtes (SNCF Voyages et TER).

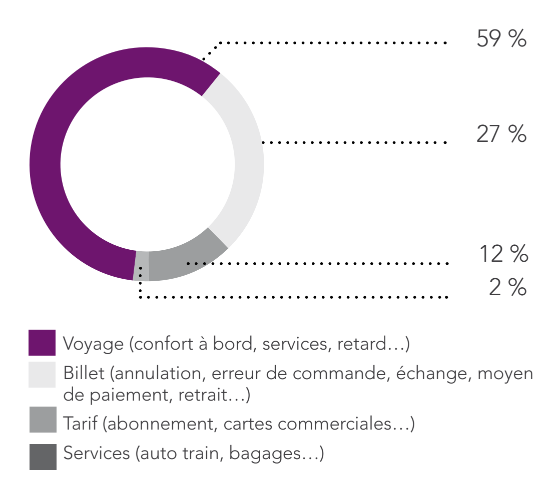
Les litiges commerciaux sont de natures très diverses. Ils peuvent être répartis en 4 catégories :

- les litiges ayant trait au voyage (confort, services à bord, retard, grève…),
- les litiges relatifs au billet (erreur de commande, annulation de l'achat, incident lors de l'échange, moyen de paiement, retrait/réception…),
- les litiges relatifs aux tarifs (abonnements, cartes commerciales, cartes familles nombreuses, informations commerciales et tarifaires…),
- et enfin, ceux relatifs aux services proposés par SNCF (auto train, bagages, services en gare..).

RÉPARTITION DES LITIGES COMMERCIAUX



NATURE DES LITIGES COMMERCIAUX



Pour plus d'un tiers (34%), les litiges commerciaux ont porté en 2012 sur des demandes de dédommagement suite à un retard ; leur part était moindre en 2011 (27%).
Les demandes de remboursement de billets non utilisés représentent 25% des litiges. Viennent ensuite les réclamations relatives à la qualité du service (14%).
En revanche, les saisines relatives aux régularisations faites à bord par les agents de contrôle restent stables par rapport à 2011 (10 % des saisines commerciales).

EXEMPLES DE RÉCLAMATIONS EXAMINÉES PAR LE MÉDIATEUR

ERREUR DE COMMANDE SUR LE SITE « VOYAGES-SNCF.COM »

Le 6 novembre 2012, Monsieur B. achète sur le site « voyages-sncf.com » un billet pour un voyage de Narbonne à Paris le jour même. Suite à une erreur de manipulation, Monsieur B. pense que sa commande n'a pas abouti. Il recommence donc l'opération et édite son e-billet.

Le lendemain, en consultant son compte bancaire, il constate un double débit. Contact pris avec voyages-sncf, il découvre que son premier achat avait bien été validé.
Le Service Relations Clients refuse le remboursement du billet inutilisé au motif que la date du voyage est dépassée.

Monsieur B. saisit alors le Médiateur SNCF.
Le Médiateur, eu égard aux circonstances particulières de l'achat et au caractère strictement identique des 2 commandes, a recommandé à la SNCF le remboursement du billet acheté par erreur et non utilisé.

Recommandation du Médiateur :
Lors d'un achat de billets en ligne, bien vérifier, avant de valider sa commande, tous les éléments sélectionnés (parcours, date, nombre de places, classe de voyage…) ainsi que le contenu de son panier. En cas d'erreur de manipulation, ne pas effectuer de nouvel achat sans vérifier au préalable l'absence de réception d'un mail confirmant la validation de la commande initiale.

RÉGULARISATION À BORD – BILLET FALSIFIÉ

Le 4 février 2012, Monsieur C. emprunte un TER entre Lyon Part Dieu et Chambéry. Lors des opérations de contrôle, l'agent SNCF constate que le billet présenté par Monsieur C. comporte plusieurs marques de compostage. L'un de ces compostages est partiellement effacé. Le billet n'est donc pas valable et le contrôleur demande alors à Monsieur C. de régler la somme de 144,90 euros afin de régulariser sa situation.

Monsieur C règle cette somme puis saisit le Service Relations Clients en contestant l'infraction. Ce dernier refuse de procéder au remboursement de la somme réglée.

Saisi de ce dossier, le Médiateur a diligenté une enquête et une analyse technique du titre de transport, qui a démontré la falsification du billet. Le Médiateur a donc confirmé la position du Service Relations Clients.

GARANTIE PONCTUALITÉ

Mademoiselle P. voyage le 22 septembre 2012 entre Paris et Marseille.
En raison d'une rupture de caténaire, le TGV emprunté par Mademoiselle P. arrive à Paris avec un retard d'1 h 50.
Le centre régularité SNCF n'ayant pas fait droit à sa demande de dédommagement, Mademoiselle P. saisit le Médiateur.

Le motif du retard du TGV emprunté par Mademoiselle P. étant imputable à la SNCF, la Garantie Ponctualité devait s'appliquer. Le Médiateur a donc recommandé à la SNCF d'accorder à Mademoiselle P. le remboursement de 25 % du prix de son billet.

AUTO-TRAIN

Le 15 juillet 2012, Monsieur L. constate des rayures sur sa moto transportée par Auto-Train entre Paris et Marseille et en demande réparation.
Le Service Relations Clients refuse sa demande au motif que les dommages signalés ne peuvent pas avoir été causés par le transport en Auto-Train.
Comme le constat de prise en charge de la moto, au départ, ne comporte aucune mention d'avarie, le Médiateur décide d'indemniser le client sur la base des Tarifs Voyageurs, sous réserve de la production d'une facture acquittée pour la réparation de ces dommages.

Recommandation du Médiateur :
Veiller à ce que le constat relatif à l'état du véhicule transporté soit très soigneusement rempli au moment du chargement et du déchargement.

ACHAT AVEC UNE CARTE BLEUE VIRTUELLE

Le 4 octobre 2012, Monsieur D. achète sur le site voyages-sncf.com des billets non échangeables et non remboursables à l'aide d'une carte bancaire virtuelle à usage unique. Il choisit le retrait en gare ou boutique alors que les modalités de retrait indiquées sur le site prévoient la présentation physique de la carte. Celle-ci étant virtuelle, le jour du voyage le client ne peut retirer ses billets. De fait, la carte virtuelle ne peut être utilisée qu'avec envoi à domicile. Monsieur D. est donc contraint de racheter de nouveaux billets, à un prix plus élevé.

Le Service Relations Clients accepte, à titre commercial, de lui rembourser les billets non retirés mais Monsieur D. demande le remboursement du surcoût occasionné par son rachat. Le Médiateur, considérant que le dialogue de vente sur le site voyages-sncf.com attire suffisamment l'attention du client sur les modalités d'utilisation d'une carte virtuelle, ne fait pas droit à sa demande.

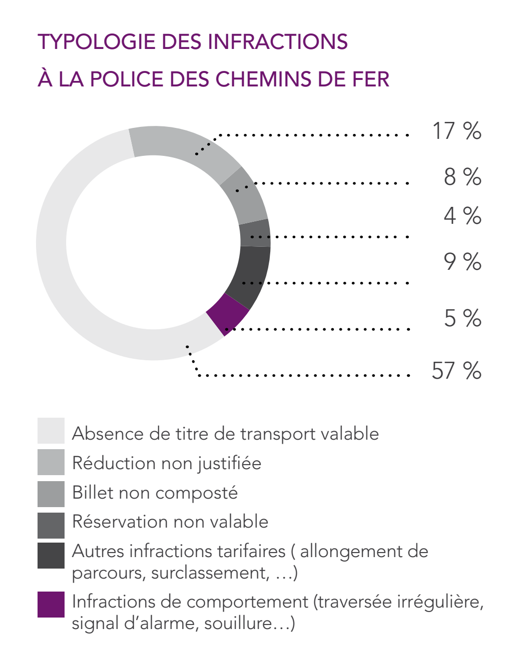
Recommandation du Médiateur :
Si le client souhaite garantir son paiement en ligne par une carte virtuelle, il doit exclusivement choisir de faire envoyer son billet à domicile.

5 LES INFRACTIONS À LA POLICE DES CHEMINS DE FER

En 2012, le Médiateur SNCF a été saisi de 1921 demandes relatives à des procès-verbaux d'infraction à la police des chemins de fer.

La part des infractions à la police des chemins de fer dans l'ensemble des litiges soumis au Médiateur a sensiblement augmenté, passant de 30 % en 2011 à 36 % en 2012.

95 % de ces saisines sont des infractions tarifaires, 5 % des infractions de comportement (usage intempestif du signal d'alarme, violation de l'interdiction de fumer…).



EXEMPLES DE RÉCLAMATIONS EXAMINÉES PAR LE MÉDIATEUR

Carte de réduction périmée

Le 14 janvier 2012, entre St Quentin en Yvelines et Paris, Mademoiselle D., 20 ans, présente un titre de transport à ½ tarif alors qu'elle n'y a plus droit depuis près de deux ans. L'agent de contrôle lui dresse un procès-verbal pour « réduction non justifiée ».
Le père de Mademoiselle D. rappelle que sa fille a souhaité régler dans le train mais que sa carte bancaire n'a pas été reconnue par le terminal du contrôleur.
Mademoiselle D. n'a pas fourni de justificatif relatif à la détention d'une carte à autorisation systématique. Dans ces conditions, le Médiateur a maintenu la totalité du procès-verbal.

Recommandation du Médiateur :
Veiller à ce que sur l'avis d'infraction soit mentionnée la tentative de paiement par une carte bancaire à autorisation systématique.

Erreur de date

Le 4 janvier 2012, le fils de Madame J. emprunte un TGV de Bordeaux à Paris muni d'un titre de transport valable le 3 janvier. L'agent de contrôle dresse alors un procès-verbal à son encontre pour « voyage sans titre de transport valable ».

Madame J. saisit le centre de recouvrement d'une demande d'indulgence indiquant que l'erreur de date proviendrait du vendeur lors de l'achat du titre de transport.

Le centre de recouvrement maintient le montant de la transaction.

Saisi de ce litige, le Médiateur a demandé à la SNCF, à titre exceptionnel, de minorer le montant de la transaction au seul coût du transport.

Recommandation du Médiateur :
Bien vérifier lors de l'achat d'un billet que toutes les informations figurant sur le titre de transport correspondent aux attentes du client.

Violation de l'interdiction de fumer

Le 21 janvier 2012, Monsieur D. a été verbalisé sur les quais de la gare Montparnasse pour violation de l'interdiction de fumer. Si Monsieur D. reconnaît l'infraction, il estime que les frais de dossier de 30 euros devraient être supprimés.
Le Médiateur considère qu'il n'y aucune raison valable pour minorer le montant de la transaction du procès-verbal dressé à l'encontre de Monsieur D.

6 LES PROPOSITIONS 2012 DU MÉDIATEUR

Le Médiateur, dans son rapport annuel, doit faire part de ses propositions pour prévenir certains litiges dont il est régulièrement saisi et, plus généralement, pour contribuer à l'amélioration de la qualité des services rendus aux clients de SNCF.
Il présente cette année les propositions suivantes :

- Renforcer les mises en garde des clients qui achètent leurs billets sur des sites non agréés SNCF :
  Ces derniers mois, le Médiateur a constaté une recrudescence du nombre de clients verbalisés très lourdement pour avoir voyagé munis de billets achetés sur internet auprès de revendeurs non agréés par SNCF, lesquels avaient remis les billets à disposition avant le voyage de leurs clients. Dans nombre de cas, ces clients semblent de bonne foi et n'ont pas eu conscience de se mettre potentiellement en infraction en achetant par ce canal. La possibilité de renforcer les mises en garde des voyageurs sur cette fraude et les risques qu'elle leur fait courir devrait être examinée.

- Cesser la vente de billets pour des trains non prévus suite à la programmation de travaux :
  Dans le cadre des programmes importants de travaux d'infrastructure, certains trains ont été supprimés ou reportés. Ces plannings sont établis très à l'avance. Or, les outils informatiques de vente SNCF n'ont pas toujours été mis à jour de ces modifications de circulation et des billets ont ainsi été vendus pour des trains supprimés ou reportés.

- Améliorer l'information des clients sur l'ouverture des ventes via « voyages-sncf.com » :
  SNCF informe à l'avance ses clients des dates d'ouverture à la vente des billets des périodes d'hiver et d'été mais ne précise pas l'heure ou, à défaut, la plage horaire à partir de laquelle les billets seront disponibles.
  Or, certains clients, afin de bénéficier des meilleurs tarifs, se connectent dès 0h01 à la date prévue, achètent des billets disponibles pensant bénéficier des meilleurs tarifs alors qu'en réalité ils acquièrent des billets iDTGV mis en vente 6 mois à l'avance et moins avantageux que les billets vendus par la SNCF quelques heures plus tard.

- Systématiser la vérification des billets par les clients lors de l'achat en boutique ou en gare :
  Le Médiateur réitère la recommandation effectuée dans le rapport annuel de 2009.
  Des clients évoquent régulièrement une erreur de saisie du vendeur conduisant à des informations erronées figurant sur leurs titres de transport (date du voyage, horaire de train…).

  Le Médiateur propose de mieux informer le voyageur de la nécessité de vérifier les indications figurant sur le billet et pour les titres de transport délivrés à un guichet, de demander au vendeur d'apposer sur le billet un cachet attestant de cette vérification.

▌Appliquer la Garantie Ponctualité aux abonnés e-forfait Paris-Reims ou modifier les Tarifs Voyageurs :

Le Médiateur a été saisi de plusieurs réclamations d'abonnés e-forfait Paris-Reims qui se sont vu refuser l'application de la Garantie Ponctualité pour des retards de plus de 30 minutes et inférieurs à une heure imputables à SNCF. Ce refus d'éligibilité ne figure pas dans les Tarifs Voyageurs et ne semble donc pas, en l'état, opposable aux clients.

▌Préciser dans les Tarifs Voyageurs que la compensation en Bon Voyage est uniquement accordée si son montant est supérieur à 5 euros :

Les Tarifs Voyageurs indiquent que la compensation en euros est uniquement accordée si son montant est supérieur à 5 euros. Il n'est pas fait mention de l'application d'une telle condition pour les indemnisations sous forme de Bon Voyage. Or, de fait, la SNCF n'établit pas de Bon Voyage d'un montant inférieur à 5 euros.

▌Informer les clients de la nécessité de faire annoter leur billet s'ils déplorent un aléa durant leur voyage.

Lorsqu'un client réclame un dédommagement du fait d'un aléa lors de son voyage (défaut de confort à bord, gênes diverses…), il lui est souvent opposé un refus au motif que son billet n'est pas annoté par le contrôleur. Or, cette nécessité de faire annoter son billet pour certifier de l'anomalie ne figure dans aucun texte réglementaire et n'est pas portée à la connaissance du client.

QUE SONT DEVENUES LES PROPOSITIONS 2011 DU MÉDIATEUR ?

▌Service bagages : améliorer le service et la prise en charge des clients en cas de dysfonctionnement subi lors de la réalisation de la prestation :

Le Médiateur a régulièrement été confronté durant l'année 2011 à des demandes de remboursement de prestations bagages effectuées avec retard ou non exécutées.

Réponse SNCF :

Afin d'améliorer la satisfaction des clients, de nombreuses actions ont été mises en place au quotidien. En amont, pour diminuer le nombre de litiges, un travail a été fait avec le transporteur sur la qualité de sa prestation Des actions complémentaires ont été aussi menées pour le traitement des réclamations.

Dans un premier temps, les centres de traitement ont été équipés d'outils leur permettant de mieux suivre les réclamations des clients. Les délais de réponse sont mieux maîtrisés grâce à l'automatisation du traitement (lettre type) et l'usage de cet outil permet d'effectuer de façon récurrente des contrôles qualité.

Ensuite, afin de répondre au mieux aux souhaits d'indemnisation des clients, la SNCF a conclu un partenariat avec Mondial Assistance assurant une meilleure prise en charge des sinistres et une meilleure indemnisation notamment sur les remboursements de frais de première nécessité en cas de retard de livraison.

Pour finir, il a été mis en place une politique de traitement au cas par cas de tous les litiges « complexes » ou des litiges qui n'entrent pas dans les critères d'indemnisation classiques

afin d'évaluer le préjudice et d'indemniser le client sous forme de geste commercial.

Bon Voyage : améliorer la traçabilité des Bon Voyage :

Des clients saisissent régulièrement le Médiateur de la non réception de Bon Voyage accordés par le Service Relations Clients. Force est de constater que bien souvent le service SNCF émetteur des bons est dans l'impossibilité de renseigner utilement le client, et donc la médiation, sur le type d'envoi (simple ou recommandé), mais également de communiquer la référence de l'envoi. Néanmoins, il refuse de réémettre les bons.

Réponse SNCF

Concernant la traçabilité des Bon Voyage, depuis mars 2012, des mesures particulières ont été prises par les sites émetteurs pour sécuriser les envois.

Tarifs Voyageurs: améliorer la visibilité des Tarifs Voyageurs et leur exhaustivité :

De plus en plus de clients demandent la communication des textes officiels applicables à leur situation. Or, les textes opposables ne sont pas toujours exhaustifs. Il en est ainsi pour le paiement par Chèques Vacances (principalement des modalités de remboursement des billets), ou encore pour les conditions de transport de vélo à bord.

Réponse SNCF

Concernant les Tarifs Voyageurs et leur exhaustivité, les conditions générales de ventes (CGV) n'évoquent pas tous les textes opposables, mais l'information des voyageurs a été améliorée pour répondre aux recommandations du Médiateur.

Ainsi, la visibilité des conditions de transport des vélos à bord a considérablement évolué depuis 2011 :

- Un nouveau site Internet dédié à l'offre vélo du Groupe SNCF a été mis en ligne en juin 2012 (www.velo.sncf.com). Il détaille notamment toutes les conditions relatives au transport des vélos pour l'ensemble des transporteurs SNCF ;
- L'information est également disponible dans la rubrique Aide en ligne du site voyages-sncf.com (http://aide.voyages-sncf.com/toute-laide-train/je-prepare-mon-voyage/les-services/transport-de-votre-velo) ;
- La page dédiée à l'embarquement des vélos dans les TGV sur le site voyages-sncf.com a été réécrite à l'automne 2012, afin d'améliorer l'information client (http://tgv.voyages-sncf.com/velo-a-bord);
- Le nouveau Guide TGV de février 2013 précise également toutes ces conditions.

e-billet : renforcer la communication sur les règles d'utilisation des e-billets et sanctions encourues :

S'il est en effet indispensable de lutter contre la fraude en matière d'utilisation d'e-billets, il est également constaté que de nombreux clients, manifestement de bonne foi, sont verbalisés au montant de l'indemnité forfaitaire maximale (128 euros) pour une simple erreur d'identité sur le e-billet.

Réponse SNCF

L'information apparaît sur les différents supports.
Des billets au format IATA sont émis soit par prescription du vendeur, soit sur Borne Libre Service. Les conditions d'utilisation y sont clairement rappelées.

Concernant les Bornes Libre Service, de nouvelles vues écran sont prévues sur lesquelles figurera la mention : « Pour voyager, vous devez être en mesure de présenter une pièce d'identité qui pourra vous être demandée lors du contrôle. Le e-billet est valable uniquement pour le train choisi, il est nominatif, personnel et incessible. »

Sur le site voyages-sncf.com, les conditions d'utilisation sont précisées aux différentes étapes du choix et de l'achat des billets, par le biais des liens « en savoir plus » et « plus d'info ».

De plus, les informations figurent également dans l'espace TGV, (« mode d'emploi du service e-billet »).

Lors d'un achat en gare ou en boutique, un rappel est fait par le vendeur, via son outil de vente, pour informer le client qu'il devra se présenter à bord avec son support e-billet et être en mesure de présenter une pièce d'identité.
Les conditions d'utilisation sont également rappelées dans les guides TGV, aux différentes rubriques concernant le e-billet.

Assurance-annulation : modifier la procédure de contractualisation :

Lors d'un achat de billet sur le site de voyages sncf.com, la case de souscription de l'assurance optionnelle est préalablement cochée. Les clients assimilent cette procédure à une forme de vente forcée, puisqu'ils ont une action à accomplir pour refuser le contrat et non le souscrire. Il convient de laisser le choix au client.

Réponse SNCF

L'assurance annulation pré-cochée par défaut lors d'une réservation de billets de train sera supprimée à l'automne 2013.

7 QUELQUES CONSEILS AUX VOYAGEURS

- Utiliser les canaux de vente agréés par la SNCF

- Vérifier tous les éléments de sa commande, en gare, boutique ou sur internet (notamment la date et l'heure du voyage, les gares de départ et d'arrivée, le tarif…)

- Pour les achats en ligne :
  - ne pas utiliser de carte bancaire virtuelle si on souhaite retirer son billet en gare ou en boutique
  - vérifier que la date d'expiration de la carte bancaire servant au paiement est postérieure à la date prévue du retrait du billet
  - lors de l'achat d'un e-billet, seul type de billet SNCF nominatif, vérifier que les informations saisies sont exactes et correspondent bien au voyageur et non à la personne qui fait la commande

- Vérifier la date d'expiration de sa carte de réduction avant d'entreprendre son voyage

- Ne pas voyager muni de sa seule confirmation de commande (billet ou e-billet impératif)

- Pour les billets au tarif Loisir, annuler ou échanger son billet **avant** le départ du train

- Bien conserver son billet en cas de réclamation

8[1] PROTOCOLE DE MÉDIATION ENTRE LES ASSOCIATIONS NATIONALES DE CONSOMMATEURS ET SNCF

Ce nouveau texte annule et remplace le Protocole de médiation signé le 13 janvier 2009.
Il est applicable à compter du 1er janvier 2013.

PRÉAMBULE

Un Protocole d'accord définit les relations depuis 1990 entre les Associations de Consommateurs, agréées au plan national, et la SNCF.
Dans ce cadre contractuel, les parties au protocole ont décidé de créer, dès 1994, une instance de médiation permettant aux voyageurs d'obtenir rapidement et gratuitement l'avis motivé d'une personnalité indépendante, pour parvenir à un meilleur traitement des litiges, sans remettre en cause le cadre existant de traitement des dossiers conflictuels.
Afin de tenir compte des évolutions intervenues ces dernières années en matière de médiation, les Associations Nationales de Consommateurs et la SNCF ont décidé de renouveler le Protocole de médiation.
Le présent protocole respecte les principes et règles définis par la charte de la Commission de la Médiation de la Consommation.
Par ailleurs, le Médiateur est signataire de la charte des Médiateurs de services au public.

ARTICLE 1 - OBJET

Le Protocole de médiation entre les Associations Nationales de Consommateurs et la SNCF a pour objet de déterminer l'ensemble des modalités de fonctionnement de l'instance de médiation.

ARTICLE 2 - MISSION DU MÉDIATEUR

Le Médiateur favorise la recherche d'une solution amiable et équitable au litige dont il est saisi entre la SNCF et sa clientèle.

ARTICLE 3 - DÉSIGNATION DU MÉDIATEUR

3-1 Le Médiateur est désigné par le Président de la SNCF, qui choisit une personnalité extérieure, indépendante de l'entreprise.
La désignation du Médiateur intervient après consultation des associations nationales membres du Conseil Consultatif des Consommateurs.

3-2 La durée de mandat du Médiateur est fixée à trois ans, renouvelable. Le Médiateur ne peut être démis de ses fonctions sauf motif grave.

3-3 Une équipe dédiée et des moyens de fonctionnement sont mis à la disposition du Médiateur par le cabinet du Président de la SNCF, lui permettant d'agir en toute indépendance.
Dans ce cadre, un budget lui est alloué annuellement.

ARTICLE 4 - COMPÉTENCE DU MÉDIATEUR

4.1 Le Médiateur peut être saisi de litiges commerciaux entre la SNCF transporteur et ses clients voyageurs, lorsqu'ils n'ont pu être réglés par les services clientèles SNCF.

Il s'agit également des litiges relatifs à des prestations accessoires au voyage, offertes par la SNCF (service bagages, service auto train, service JUNIOR et Cie, Domicile-Train, couchettes et voitures-lits, chiens et petits animaux domestiques accompagnant les voyageurs).

Les litiges relatifs à la distribution de billets de train effectuée par voyages-sncf.com entrent également dans le champ de compétence du Médiateur SNCF.

Sont exclus de la compétence du Médiateur SNCF, les litiges qui relèvent de la compétence du Médiateur Tourisme et Voyages (litiges relatifs aux prestations non ferroviaires vendues sur le site voyages-sncf.com, litiges relatifs à la vente de voyages, séjours ou forfaits touristiques même s'ils incluent une prestation de transport réalisée par la SNCF).

4.2 En matière d'infraction à la police du transport ferroviaire, le Médiateur ne peut être saisi que des contraventions des quatre premières classes. Sont exclues les contraventions qui exposent le réclamant à une procédure de délit pour voyages habituels sans titre de transport, tel que prévu par l'article L 2242-6 du code des transports, ainsi que les contraventions connexes à un autre délit.

ARTICLE 5 - SAISINE DU MÉDIATEUR

5.1 Personnes habilitées à saisir le Médiateur :
- les Associations Nationales agréées de Consommateurs signataires du présent protocole,
- les particuliers, sachant qu'il est vivement recommandé à ceux-ci de se faire assister par une association de consommateurs agréée,
- le Défenseur des Droits et ses délégués,
- le Médiateur Européen,
- les Médiateurs institués auprès d'entreprises ferroviaires européennes,
- les Médiateurs des entreprises de transport de voyageurs.

5.2 Mode de saisine :
La saisine du Médiateur doit s'effectuer obligatoirement par écrit, en langue française et par voie postale ou télématique. Le Médiateur est saisi par Internet via le site www.sncf.com ou par voie postale à l'adresse suivante :

Médiateur SNCF,
45 rue de Londres,
75008 PARIS

ARTICLE 6 - RECEVABILITÉ DE LA SAISINE

6.1 Conditions de saisine

Sous peine d'irrecevabilité, la saisine du Médiateur ne peut intervenir qu'après épuisement par le client des voies de recours internes à la SNCF ou en cas de non réponse du service compétent dans un délai d'un mois à compter de l'envoi de sa demande écrite. Le cachet de la poste fait foi pour les envois par courrier et l'accusé de réception technique par mail pour les réclamations en ligne.

En matière commerciale, le client doit au préalable saisir les services clientèles SNCF.

En matière de contravention, le client doit nécessairement au préalable saisir le centre de recouvrement dont les coordonnées sont indiquées sur son procès-verbal.

Une réponse d'attente et la première lettre de rappel en tout ou partie du procès-verbal d'infraction ne peuvent être interprétées comme un refus au sens de l'article 6.1 du présent protocole.

6.2 Délais de saisine

En matière commerciale, le Médiateur doit être saisi dans un délai d'un an à compter du jour de l'expiration de la validité du titre de transport.

En matière de contravention, le réclamant, les associations et organismes habilités saisissent le Médiateur dans les meilleurs délais, compte tenu du délai de deux mois prévu par les articles 529-4 et 529-5 du code de procédure pénale et à l'expiration duquel la SNCF peut transmettre les procès-verbaux à l'officier du ministère public.

Lorsque le Médiateur est saisi avant l'expiration du délai de deux mois prévu par les articles 529-4 et 529-5 du code de procédure pénale, il en avise la SNCF qui sursoit à transmettre les procès-verbaux à l'officier du ministère public. L'intervention du Médiateur n'est plus possible lorsque le procès-verbal a été transmis à l'officier du ministère public en application de l'article 529-5 du code de procédure pénale, le contrevenant disposant alors des garanties prévues par la loi.

ARTICLE 7 - PROCÉDURE DE MÉDIATION

7.1 Lorsque la saisine est recevable, le Médiateur en avise par écrit le client et informe la SNCF de l'introduction et de la recevabilité de la procédure de médiation.

La durée de la procédure de médiation est au maximum de deux mois. Elle peut être portée à quatre mois en fonction de la nature ou de la complexité du litige. Lorsque la durée de la procédure de médiation excède deux mois, un courrier d'information est adressé à la personne ayant saisi le Médiateur.

7.2 La procédure de médiation est gratuite.

7.3 Chaque partie communique sans délai les informations et documents demandés par le Médiateur. Les services de la SNCF transmettent, en tant que de besoin, les éléments nécessaires à la résolution des litiges et n'interviennent plus directement. La procédure de médiation est confidentielle. Le Médiateur est tenu au secret professionnel.

7.4 La réponse du Médiateur est rédigée en français, sous forme d'un avis.

ARTICLE 8 - EFFETS DE LA SAISINE

En matière commerciale, la procédure de médiation suspend le délai de prescription des actions afférentes à l'exercice des droits objets du litige. En matière de contravention, la procédure de médiation ne suspend pas ce délai de prescription.

ARTICLE 9 - CLÔTURE DE LA PROCÉDURE DE MÉDIATION

9.1 La procédure de médiation prend fin :
- par l'envoi de l'avis du Médiateur à la personne l'ayant saisi,
- en cas d'assignation en justice par l'une des parties ou son représentant.

Le Médiateur fait connaître son avis par courrier ou courriel selon le mode de saisine.

9.2 L'avis a valeur de recommandation entre les parties. Si le service SNCF concerné estime ne pas devoir suivre l'avis du Médiateur, il doit motiver son refus et la décision de la SNCF appartient alors à son Président.

9.3 L'avis du Médiateur, fondé en droit et en équité, n'est pas susceptible de recours.

9.4 Le réclamant conserve également la possibilité de saisir toute juridiction compétente pour y faire valoir ses droits.

Le Médiateur ne peut intervenir à l'occasion d'une procédure judiciaire ou arbitrale et d'une manière générale dans toute instance ayant un rapport avec le litige.

ARTICLE 10 - RAPPORT ANNUEL ET PROPOSITIONS DU MÉDIATEUR

10.1 Le Médiateur adresse un rapport annuel à la SNCF et aux Associations Nationales de Consommateurs signataires des présentes. Il transmet également ce rapport au Défenseur des Droits, à la Commission de la Médiation de la Consommation et aux Médiateurs des services au public.

Le rapport est mis en ligne sur le site www.sncf.com.

Le Médiateur présente son rapport aux représentants des Associations Nationales de Consommateurs, agréées et signataires du protocole d'accord avec la SNCF, lors d'un Conseil Consultatif des Consommateurs réuni par le Président de la SNCF ou son représentant.

10.2 Dans le rapport annuel, le Médiateur établit le bilan de son activité et formule des propositions de nature à améliorer la qualité des services rendus aux voyageurs.

10.3 Sans attendre le rapport annuel, le Médiateur peut émettre des propositions visant à remédier à un dysfonctionnement qu'il a pu constater à l'occasion de l'examen d'un litige.

ARTICLE 11 - DURÉE DU PROTOCOLE

Le présent protocole entre en application pour une période d'un an à compter du 1er janvier 2013. Il sera renouvelé chaque année par tacite reconduction, sauf dénonciation d'une des parties avec un préavis écrit de deux mois. La renonciation d'une des associations n'entraîne pas la fin du protocole pour les autres.

Signé à PARIS le 16 novembre 2012

Entre la SNCF, le Président, Guillaume PEPY

Et les Associations Nationales de Consommateurs
ADEIC, AFOC, ALLDC, ASSECO-CFDT, CGL,CNAFAL, CNAFC, CNL,
CSF, Familles de France, Familles Rurales, FNAUT, INDECOSA-CGT, ORGECO, UNAF

ANNEXE

Liste des Associations Nationales agréées de Consommateurs :

ADEIC
Association de Défense, d'Education
et d'Information du Consommateur
27, rue des Tanneries
75013 PARIS

AFOC
Association Force Ouvrière
Consommateurs
141, avenue du Maine
75014 PARIS

ALLDC
Association Léo-Lagrange
pour la Défense des Consommateurs
150, rue des Poissonniers
75883 PARIS Cedex 18

ASSECO-CFDT
Association Etudes et Consommation
CFDT
4, boulevard de la Villette
75019 PARIS

CGL
Confédération Générale du Logement
29, rue des Cascades
75020 PARIS

CNAFAL
Conseil National des Associations
Familiales Laïques
108, avenue Ledru-Rollin
75011 PARIS

CNAFC
Confédération Nationale
des Associations Familiales Catholiques
28, place Saint-Georges
75009 PARIS

CNL
Confédération Nationale du Logement
8, rue Mériel
BP 119
93104 MONTREUIL Cedex

CSF
Confédération Syndicale
des Familles
53, rue Riquet
75019 PARIS

Familles de France
28, place Saint-Georges
75009 PARIS

Familles Rurales
7, cité d'Antin
75009 PARIS

FNAUT
Fédération Nationale
des Associations d'Usagers
des Transports
32, rue Raymond Losserand
75014 PARIS

INDECOSA-CGT
Association pour l'Information
et la Défense des Consommateurs
Salariés CGT
263, rue de Paris
93516 MONTREUIL Cedex

ORGECO
Organisation Générale
des Consommateurs
64, avenue Pierre Grenier
92100 BOULOGNE BILLANCOURT

UNAF
Union Nationale
des Associations Familiales
28, place Saint-Georges
75009 PARIS

8[2] CHARTE DES MÉDIATEURS DE SERVICES AU PUBLIC



PRÉAMBULE

Le Club des Médiateurs de Services au Public regroupe des Médiateurs des administrations, entreprises, institutions et collectivités, en charge d'un service au public. Ils pratiquent la médiation institutionnelle pour donner aux litiges dont ils sont saisis par les citoyens, usagers et clients, une solution en droit et en équité et pour faire des recommandations d'ordre général en matière d'amélioration des relations avec les publics concernés.

Ces médiations, gratuites pour les demandeurs et d'un accès direct dès que les recours internes ont été épuisés, respectent les principes fixés par la présente Charte des Médiateurs de Services au Public.

Ce texte fédérateur, adopté dès 2004 et rénové en 2010, garantit l'observation par les Médiateurs et les institutions auprès desquelles ils exercent leurs fonctions de règles déontologiques exigeantes et précises - impartialité et indépendance, compétence, efficacité - , ainsi que la qualité des médiations, menées avec diligence dans la confidentialité.

Les Médiateurs du Club réaffirment ainsi les valeurs qui, dans le respect permanent des règles de droit et des textes européens en matière de médiation, sont le cadre de référence de leur action :

- le respect des personnes, de leurs opinions et de leurs positions,

- la volonté de faciliter la recherche de solutions amiables aux différends,

- l'écoute équilibrée, disponible et attentive des parties : le Médiateur fait de l'écoute un devoir,

- l'impartialité par rapport aux parties et à l'institution auprès de laquelle le Médiateur exerce son activité,

- le respect du principe du contradictoire : le Médiateur veille à ce que les parties aient la possibilité de faire connaître leur point de vue et de prendre connaissance de toutes les positions et de tous les faits avancés par l'autre partie,

- l'équité : en effet, au-delà de la règle de droit applicable, il s'agit de prendre en compte le contexte propre à chaque cas.

- la transparence : le Médiateur a un devoir d'information sur son rôle, le processus suivi et les résultats de son activité. Il l'exerce, notamment au travers de son rapport annuel qu'il rend public, ce rapport comportant également ses recommandations d'ordre général ou voies de progrès,

- la confidentialité : le Médiateur est tenu à la confidentialité pour les données nominatives et les informations obtenues lors de l'instruction du litige. Les exemples cités dans le rapport annuel doivent être présentés sous forme anonyme.

Le statut d'association, dont s'est doté le Club des Médiateurs, conforte son rôle d'information sur la médiation institutionnelle et de lieu d'échanges, ainsi que son action de soutien, notamment pour faciliter la formation des Médiateurs et de leurs équipes et favoriser la diffusion entre ses membres de leurs expériences et des bonnes pratiques.

Le Club a vocation à développer également des outils de communication accessibles au public et à aider ainsi les usagers et clients dans leur choix de recourir à la médiation et dans l'orientation de leurs saisines, notamment par la mise à disposition d'un annuaire détaillé.

Le Club contribue également à ce que médiation judiciaire, médiation conventionnelle et médiation institutionnelle appliquent, avec les spécificités qui leur sont propres, un référentiel commun de valeurs et de processus au service du développement des médiations de qualité en tant que mode alternatif de règlement des litiges.

La présente Charte constitue le socle de référence éthique de la pratique de la médiation institutionnelle pour les membres du Club des Médiateurs de Services au Public.

Elle s'applique sans préjudice des éventuelles dispositions spécifiques régissant l'activité de chaque Médiateur.

Elle énonce un ensemble de principes que les Médiateurs membres du Club s'engagent à respecter.

S'inscrivant dans le cadre d'une définition adaptée de la médiation, les Médiateurs offrent ainsi, aux requérants, des garanties portant sur la personne du Médiateur et sur sa conduite du processus de médiation.

DÉFINITION DE LA MÉDIATION INSTITUTIONNELLE

La médiation institutionnelle est un processus structuré par lequel des personnes physiques ou morales tentent avec l'aide du Médiateur, de manière volontaire, de parvenir à un accord amiable avec des administrations, entreprises, institutions ou collectivités, sur la résolution des différends à caractère individuel qui les opposent à celles-ci.
A la lumière des litiges qui lui sont soumis et des dysfonctionnements qu'il constate, le Médiateur institutionnel formule des propositions d'ordre général pour améliorer les relations avec les publics concernés.

LE MÉDIATEUR

Le Médiateur est un tiers impartial et indépendant, compétent, efficace.

Impartial et indépendant

Par son autorité, son expérience, la durée de son mandat et son positionnement dans l'institution ou l'entreprise, le Médiateur apporte aux requérants les plus grandes garanties d'impartialité et d'indépendance. Il s'engage à refuser, suspendre

ou interrompre la médiation si les conditions de cette indépendance ne lui paraissaient pas ou plus réunies.
Le Médiateur informe clairement sur son positionnement par rapport aux entités concernées afin que les requérants soient en mesure de le choisir, en toute connaissance, comme tiers dans la recherche du règlement impartial de leur différend.
Le Médiateur s'engage à traiter en permanence toutes les parties d'une manière équitable dans le cadre de la médiation.

Compétent

Le Médiateur a suivi une formation spécifique à la médiation ou bénéficie d'une expérience approfondie dans ce domaine.
Il dispose d'une expertise des sujets sur lesquels portent les médiations qui lui sont confiées.
Il actualise et perfectionne ses connaissances théoriques et pratiques par une formation continue, notamment dans le cadre du Club.

Efficace

Le Médiateur s'engage à mener à son terme avec diligence le processus de médiation et à garantir la qualité de celui-ci.

LE PROCESSUS DE MÉDIATION

Transparence et consentement des requérants

Le Médiateur informe les requérants de manière claire et complète sur les valeurs et principes de la médiation ainsi que sur les modalités pratiques de celle-ci. Le fait de saisir le Médiateur vaut consentement pour que celui-ci mène la médiation selon les modalités ainsi portées formellement à la connaissance des parties.
Il veille à ce que le choix de recourir à sa médiation soit libre et éclairé.
Cette information est largement diffusée, en particulier sur les sites des Médiateurs et du Club des Médiateurs de Services au Public. Elle relève également des institutions auprès desquelles les Médiateurs exercent leurs fonctions.
Le Médiateur informe sur les délais de prescription spécifiques au domaine en cause afin de ne pas risquer de faire perdre aux parties leurs droits d'ester en justice.

La gratuité

Le recours à la médiation est gratuit pour les requérants.

La confidentialité

Le Médiateur est tenu à la confidentialité en ce qui concerne toutes les informations découlant de la médiation ou relatives à celle-ci, y compris le fait que la médiation ait lieu ou a eu lieu.
Le Médiateur ne divulgue ni ne transmet à quiconque le contenu des échanges ni aucune information recueillie dans le cadre de la médiation, sauf s'il en a l'obligation légale s'il y a non-respect d'une règle d'ordre public ou s'il a l'accord des parties.
Le Médiateur s'assure, avant le début de la médiation, que les parties ont accepté les contraintes d'une instruction contradictoire ainsi que les obligations de confidentialité qui incombent au Médiateur et aux parties.

Le déroulement de la médiation

Le Médiateur peut refuser d'instruire une saisine si celle-ci n'est pas recevable au regard de conditions portées à la connaissance du public. Celles-ci portent notamment sur le respect des limites du champ de compétence du Médiateur, sur la nécessité d'avoir effectué des démarches préalables, sur le caractère tardif de la saisine par rapport au fait générateur, ou sur l'existence d'une action en justice. Le requérant est informé de ce refus motivé par la voie la plus rapide.

Lorsque la demande de médiation est recevable, le Médiateur conduit avec diligence la médiation selon les règles auxquelles il est soumis et dans les délais prévus.
La médiation est menée de manière contradictoire.
Si la complexité de l'affaire le rend nécessaire, le Médiateur peut faire appel à un expert qu'il choisit librement.
Les parties doivent fournir au Médiateur tous les éléments d'information lui permettant d'instruire le litige. Dans le cas contraire, après avoir précisé les éléments demandés, et en l'absence de ceux-ci, le Médiateur peut refuser de poursuivre la médiation.
La médiation peut être interrompue à tout moment par les participants, qui en informent alors le Médiateur par écrit, ou par le Médiateur lui-même s'il considère que les conditions de la médiation ne sont plus réunies.

La fin de la médiation

La médiation se termine lorsque le Médiateur émet un avis ou une recommandation qui constitue le support de l'accord entre les parties au litige, ou s'il constate l'émergence d'une solution amiable sous son autorité.
Le Médiateur accompagne la mise en œuvre de sa recommandation ou l'exécution de l'accord par l'institution ou l'entreprise.
La médiation peut également être clôturée si le Médiateur constate soit un désistement des parties, que le litige ait ou non trouvé sa solution par d'autres voies, soit un désaccord persistant. En tout état de cause, le requérant conserve la possibilité d'engager une action en justice.

MEMBRES DU CLUB DES MÉDIATEURS DE SERVICES AU PUBLIC **AU 1ER MARS 2011**

Membre d'Honneur

Le Médiateur de la République

Membres fondateurs

Le Médiateur de l'Autorité des Marchés Financiers

Le Médiateur de la Caisse des Dépôts

Le Médiateur d'EDF

Le Médiateur de l'Education Nationale et de l 'Enseignement Supérieur

Le Médiateur de la Fédération Française des Sociétés d'Assurance

Le Médiateur de France 2

Le Médiateur de France 3

Le Médiateur des Programmes de France Télévision

Le Médiateur de GDF SUEZ

Le Médiateur du Ministère de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi
et du Ministère du Budget, des Comptes publics et de la Réforme de l'Etat

Le Médiateur de la Mutualité Sociale Agricole

Le Médiateur du Groupe La Poste

Le Médiateur de la RATP

Le Médiateur de la SNCF

La Médiatrice de la Ville de Paris

8[3] CHARTE MÉDIATION CONSOMMATION



Commission
de la Médiation et de la Consommation

PRÉAMBULE

Créée par la loi n°2010-737 du 1er juillet 2010, la Commission de la Médiation de la Consommation (CMC) est chargée d'émettre des avis et de proposer des mesures de toute nature pour évaluer, améliorer et diffuser les bonnes pratiques de médiation non judiciaire en matière de consommation.
La Commission de la Médiation de la Consommation est une instance indépendante, composée d'un(e) président(e), de cinq représentants des consommateurs, de cinq représentants des professionnels et de deux personnalités qualifiées.
Cette commission n'a pas vocation à traiter des dossiers de médiation mais à participer activement au développement d'une médiation de qualité en matière de consommation.
Lors de l'installation de la Commission le 20 octobre 2010, le secrétaire d'État en charge de la Consommation lui a notamment donné pour mission d'élaborer une charte des bonnes pratiques de la médiation. L'objet de cette charte est d'établir les principes et les règles à respecter par les médiateurs ainsi que par les entreprises, secteurs et administrations qui mettent en oeuvre un dispositif de médiation.
La présente charte s'inscrit dans le cadre de la directive européenne 2008/52/CE du 21 mai 2008 « sur certains aspects de la médiation en matière civile et commerciale ». Elle servira de socle à l'évaluation par la Commission des pratiques des différents médiateurs.

ARTICLE 1 - DÉFINITION DE LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION

La médiation de la consommation est un processus structuré dans lequel le médiateur a pour mission de faciliter la résolution d'un différend entre deux parties dont l'une est un professionnel et l'autre un consommateur, personne physique intervenant en dehors de son activité professionnelle. La médiation est menée par le médiateur avec impartialité, compétence et efficacité.

La médiation est un processus librement accepté par les parties. Ces dernières sont et restent libres d'interrompre, poursuivre, conclure ou non, la médiation qu'elles ont entreprise. La médiation impose aux parties une obligation de loyauté se caractérisant par une volonté de collaborer entre elles et de satisfaire aux demandes d'informations du médiateur.

Le recours à la médiation est gratuit pour le consommateur.

La médiation est un processus confidentiel sauf si les parties en conviennent autrement.

ARTICLE 2 - LA COMMISSION DE LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION (CMC)

La CMC est chargée d'évaluer les bonnes pratiques de médiation.
Dans ce cadre, la CMC est saisie ou se saisit pour avis de tout nouveau projet de charte de médiation afin de s'assurer que les conditions de sa mise en place et de son fonctionnement sont conformes à la présente charte. La CMC procède à la même évaluation en ce qui concerne les médiations de la consommation existantes. A la suite

de cette évaluation, la CMC invite le médiateur à adhérer à la présente charte. Il figurera alors en qualité de médiateur signataire de la présente charte sur le site de la CMC : www.mediation-conso.fr

Le médiateur pourra faire mention de ce référencement en indiquant « Médiation reconnue par la Commission de la Médiation de la Consommation (CMC) ».

Un consommateur pourra informer la CMC de la mauvaise application par tout médiateur référencé des dispositions de la présente charte. La CMC pourra retirer de son site tout médiateur ayant des pratiques ou un fonctionnement non conformes à la présente charte.

ARTICLE 3 - LE MÉDIATEUR

3.1 Garanties d'impartialité et d'indépendance

Le médiateur doit présenter les garanties nécessaires d'impartialité et d'indépendance dans l'exercice de ses fonctions. Il doit également bénéficier de la confiance des parties. A cet effet, il est prévu les règles suivantes :

- Un avis consultatif des associations de consommateurs agréées peut être sollicité pour sa nomination.
- Dans le cas d'une médiation d'entreprise, sa nomination ainsi que son rattachement se font au plus haut niveau.
- Lors de sa nomination, le médiateur s'engage à signaler toute incompatibilité ou tout conflit d'intérêt pouvant survenir au cours de son mandat.
- Le mandat du médiateur a une durée déterminée qui doit être suffisante de manière à assurer une stabilité et une continuité dans les affaires traitées : une durée de trois ans minimum, renouvelable dans les mêmes formes que celles de la nomination, est appropriée.
- Un médiateur ne peut être révoqué pendant la durée de son mandat, sauf pour des motifs légitimes. Il ne peut cumuler sa fonction de médiation avec toute autre fonction au sein de l'entreprise ou du secteur.
- Le médiateur doit disposer de moyens de fonctionnement en propre, notamment d'un budget autonome et d'une équipe dédiée appropriés à ses besoins. Son champ de compétence doit être le plus large possible.
- Le médiateur est une personne identifiée. Lorsqu'il existe une instance de médiation, cette instance est représentée par son président.

3.2 Garanties de compétence et d'efficacité

Le médiateur est choisi pour ses qualités humaines et sa compétence. Le médiateur justifie, selon le cas, d'une formation ou d'une expérience adaptée à la pratique de la médiation de la consommation. Il s'engage à actualiser régulièrement ses connaissances.

Une formation juridique ou spécifique au domaine n'est pas indispensable mais le médiateur doit pouvoir faire appel en cas de besoin à une assistance juridique ou technique.

ARTICLE 4 - PROCESSUS DE MÉDIATION

4.1 Information et communication

L'entreprise disposant de son propre médiateur ou les entreprises ayant recours à un médiateur sectoriel informent les consommateurs de façon appropriée sur l'existence du médiateur, son rôle, son champ de compétence, la gratuité de la procédure, les modalités de saisine et la possibilité pour le consommateur de se faire assister par toute personne de son choix.

Tout document contractuel approprié entre le professionnel et le consommateur doit mentionner les coordonnées du médiateur.

L'information sur le médiateur est communiquée notamment via les sites internet des entreprises ou secteurs concernés et doit être facilement accessible.

La possibilité de s'adresser au médiateur, avec ses coordonnées et ses modalités de saisine, est indiquée lors de la réponse négative du dernier niveau de recours interne.

La communication sur le médiateur ne doit jamais être utilisée à des fins publicitaires.

4.2 Saisine

Le médiateur ne peut être saisi qu'après épuisement des recours du consommateur auprès des services chargés de la clientèle ou, en l'absence de réponse de ces services, dans un délai prévu qui ne peut être supérieur à 2 mois.

L'existence d'un service client/service consommateur adapté et de qualité est essentielle au bon fonctionnement de la médiation mais ne peut se confondre avec cette dernière.

La saisine du médiateur doit être faite par écrit et transmise par courrier, courriel, ou fax. Toute demande de médiation donne lieu à un accusé de réception.

Il est recommandé que le médiateur réoriente au bon niveau de réclamation le dossier qui lui a été adressé prématurément.

S'il se déclare incompétent, le médiateur doit informer le consommateur par écrit.

En cas de pluralité de systèmes de médiation, le consommateur est libre de saisir le médiateur de son choix.

4.3 Déroulement

La date de l'accusé de réception de la demande de médiation, dès lors que celle-ci est recevable, constitue le point de départ de la médiation.

Chaque partie doit pouvoir faire entendre son point de vue.

Le médiateur et les parties sont tenus à la confidentialité en ce qui concerne le nom des parties, les informations obtenues lors de l'instruction du litige et les faits dont ils ont eu connaissance dans le cadre de la médiation.

Le médiateur rend ses avis en droit et en équité.

Il informe par écrit les parties du résultat de sa médiation. Sa réponse doit être claire et facilement compréhensible A cette date, le délai de prescription recommence à courir.

Les parties sont libres d'accepter ou non la proposition de solution du médiateur Toutefois, le refus par une entreprise de suivre l'avis du médiateur doit être motivé puis transmis au consommateur et au médiateur.

La fin de la procédure de médiation peut-être constatée, à la demande des parties, dans un protocole écrit qui constate les points d'accord que les personnes ont décidé d'y faire apparaître.

Ce protocole d'accord peut faire l'objet d'une homologation par un juge dans les conditions prévues par le Code de procédure civile.
Si l'avis a été accepté par les parties, le médiateur a vocation à être informé par ces dernières d'éventuelles difficultés dans la mise en oeuvre de cet avis.

4.4 Durée

La durée d'une médiation est normalement de deux mois au maximum à compter de la date de l'accusé réception de la demande de médiation recevable. En cas de litige complexe, la médiation peut être prolongée une fois, pour une même durée, à la demande du médiateur.

4.5 Liberté de la médiation

Chaque partie conserve la faculté d'interrompre la médiation à tout moment. Pour les consommateurs, le recours à la médiation de la consommation ne saurait, en aucun cas, constituer une condition préalable à un recours en justice.

ARTICLE 5 - RAPPORT ANNUEL PUBLIC ET PROPOSITIONS DU MÉDIATEUR

Chaque médiateur établit un rapport annuel qui est rendu public et transmis à la CMC pour information.

Ce rapport comprend notamment une analyse des saisines (nombre total, nombre de saisines rejetées, nombre d'avis favorables au professionnel ou au consommateur, …) et un récapitulatif des principaux litiges traités dans l'année. Il inclut également la charte dans le cadre de laquelle le médiateur exerce ses fonctions, son parcours professionnel ainsi que des moyens dont il dispose pour accomplir ses missions.

En outre, à partir du traitement des dossiers individuels, le médiateur peut formuler des propositions d'amélioration afin de prévenir le renouvellement de certains litiges répétitifs ou significatifs et contribuer à améliorer la qualité de service des secteurs concernés.

Ces recommandations générales, dont il suit la mise en oeuvre, sont incluses dans le rapport annuel du médiateur.

Les principes et règles définis dans le présent document doivent être repris dans chacune des chartes instituant un médiateur de la consommation.

La présente charte se réfère notamment aux textes suivants :

- Articles L534-7, R534-11 et R534-12 du Code de la Consommation
- Recommandation européenne n°98/257/CE du 30 mars 1998 concernant les principes applicables aux organes responsables pour la résolution des litiges de consommation (J.O.C.E. L.115 du 17 avril 1998)
- Recommandation européenne n°2001/310/CE du 4 avril 2001 relative aux principes applicables aux organes extrajudiciaires chargés de la résolution consensuelle des litiges de consommation (J.O.C.E. L.109 du 19 avril 2001).
- Directive européenne 2008/52/CE du 21 mai 2008 sur certains aspects de la médiation en matière civile et commerciale
- Avis du Conseil National de la Consommation (CNC) du 6 juillet 2004, relatif à la médiation dans le domaine de la consommation (BOCCRF du 1er mars 2005).
- Avis du CNC du 27 mars 2007, relatif à la médiation dans le domaine de la consommation et aux modes alternatifs de règlement des litiges
- Charte des médiateurs de services au public
- Rapport du Conseil d'Etat du 20 juillet 2010 « Développer la médiation dans le cadre de l'Union européenne »

27 septembre 2011